

Ключевые слова: конкурентоспособность, оборотные активы, управление оборотными активами, оборотность оборотных активов, строительная отрасль, эффективность использования оборотных активов.

O.Y. Bielienkova

Control current assets of construction companies as a tool to achieve competitive advantage

The formation of complex balanced current assets management policy are discussed in this article. The theoretical approaches to the definition of "current assets", the basic measures, which require implementation during the formation of current assets management.. It is alleged that the preservation improvement of the mechanism of management of working capital of the building enterprises on the growth of competitiveness of enterprises

Keywords: competitiveness, current assets, current assets management, turnover of current assets, the construction industry, efficiency of current assets.

УДК 658.005(477)

A.C.Кос

аспірантка

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕНЧМАРКІНГУ В УКРАЇНІ

Розглянуто та розкрито сутність поняття бенчмаркінг як одного із найефективніших інструментів щодо вдосконалення ефективності вітчизняних бізнес-процесів. Розглянуто основні визначення поняття бенчмаркінг. Досліджено наявні основні проблеми, пов'язані з методологією проведення бенчмаркінгу вітчизняними підприємцями. Висвітлено деякі психологічні та етичні аспекти застосування бенчмаркінгу, які безпосередньо гальмують його розвиток в Україні, не дивлячись на багаторічний успішний досвід інших високорозвинених

країн у даному методі управління. Дослідження показали, що існує певна неоднозначність поглядів щодо визначення самого поняття бенчмаркінгу, а також його сутності, складу та місця в управлінні підприємством.

Ключові слова: бенчмаркінг, підприємство, фірма, управління, конкурентоспроможність, діяльність, принципи, порівняння, перспективи розвитку бенчмаркінгу, бізнес-процеси, ефективність діяльності підприємств, метод, концепція.

Вступ. Для українських керівників «бенчмаркінг» - це незнайоме слово, а еталонне зіставлення сприймається не як метод управління, а як звичайний аналіз конкурентів або маркетингове дослідження. Однак потенціал бенчмаркінгу великий, і найближчим часом еталонне зіставлення займе своє законне місце в арсеналі менеджерів, тому що одним з кращих методів для встановлення відповідності цілей компанії вимогам світового ринку є бенчмаркінг.

Кожна людина прагне досягти досконалості скрізь і у всьому. Кожній людині завжди здається, що у інших все краще, що обставини складаються тільки найкращим чином і це завжди сприяє успіху. Та й узагалі, добре там, де нас немає. Такої філософії притримуються багато з нас не тільки в повсякденному житті, а й у веденні бізнесу.

Створюючи бізнес з нуля на вже існуючих ринках, ми намагаємося знайти аналоги звичних товарів чи послуг, вивчити досвід потенційних конкурентів та аналізуємо їх помилки та здобутки. Ми завжди шукаємо об'єкт для порівняння і це неперервний процес. Досягнувши поставлених цілей і в якійсь мірі реалізувавши стратегію експансії, кожен бізнес переходить до розробки і реалізації нової стратегії – підвищення своєї ефективності. До цього часу вже вимальовується певна картина, яка складається з показників діяльності, проводячи моніторинг яких ми можемо, нехай навіть частково, але отримати відповіді на питання «Де ми? На якій висоті знаходимось?»

Кожному бізнесмену завжди цікаво детально розглянути механізм роботи власного підприємства чи фірми, щоб віднайти ті сили і ресурси, яких не вистачає для досягнення головної цілі фірми – отримання максимального прибутку. А ще цікавіше розглянути, що відбувається у інших. Причиною виникнення інноваційних рішень для банальних товарів чи послуг на більшості ринків є конкурентна боротьба. Кожен придумує нову стратегію виведення товару чи послуги на ринок, щоб досягнути максимального попиту та втриматися на ринку якомога більше часу. При цьому на операційному рівні кожен бореться за зниження затрат, так як це єдине джерело маржі в умовах високої конкуренції.[4]

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних аспектів бенчмаркінгу присвячено ряд наукових праць. Розвитком бенчмаркінгу та дослідженням дієвості сучасних стратегій управління на українських підприємствах вивчали такі науковці, як: Т. Л. Вишинська, А. В. Гончарук, Т. Г. Голубєва, О. В. Кравченко, О. О. Терещенко, Ю. В. Тіхонов, Ж.В. Горностаєва, Є.В. Соколова. Із зарубіжних вчених варто виділити Роберта Кемпа С., С. Міллера, Б. Андерсената інших науковців. В зазначених працях дослідження стосується процесу проведення бенчмаркінгу та особливостей його здійснення в певних галузях діяльності.

Постановка завдання. Розглянути різні трактування поняття бенчмаркінг і визначити зміст та місце бенчмаркінгу в загальній системі управління підприємством. Проаналізувати вітчизняний досвід щодо впровадження бенчмаркінгу та сформулювати чинники, які гальмують розвиток бенчмаркінгу в Україні. На основі проаналізованої інформації зробити висновки щодо конкурентоспроможності підприємств із застосуванням методу бенчмаркінгу.

Основна частина. Весь процес конкурентної боротьби фірм та підприємств за «владу над ринком» можна вирішити за допомогою бенчмаркінгу. Це поняття вже не є новим, адже в Україні використовується більше двох десятиків років, а вперше поняття «бенчмаркінг» з'явилося у США в

Інституті стратегічного планування Кембриджа у 1972 році. На сьогодні у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі є багато різних визначень цього поняття. [7,с.11]

В Україні термін «бенчмаркінг» з'явився в кінці XX ст. На сучасному етапі українські консультаційні фірми досить рідко впроваджують проекти з бенчмаркінгу, хоча його елементи зустрічаються в багатьох проектах із вдосконалення методів роботи вітчизняних підприємств.

На **рисунку 1** наведено деякі формулювання даного терміну, проте цей перелік не є вичерпним.



Рис.1. Основні визначення поняття бенчмаркінг.

Джерело: [7, с.11]

Прикладом застосування бенчмаркінгу в Україні можна вважати сертифікацію системи якості підприємства відповідно до стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), що сприяє підвищенню

ефективності підприємництва. Найвідомішим успішним прикладом сертифікації українських компаній за системою ISO є ПАТ «Оболонь», ПАТ «Луцький підшипниковий завод». Бізнес компанії ООО «Екологічні технології», ексклюзивного виробника фільтрів для очищення води «Бар'єр», побудовано на бенчмаркінгу. Досвід був запозичений у компаній, що надають послуги логістики. Вирішувались такі питання, як: досягнення більш економічного перевезення великих фільтрів, запобігання крадіжкам вантажу, нововведення в даних про одержувача (не тільки прізвище та адреса, але і номер телефону, у тому числі мобільного). [2, с. 43]

Бенчмаркінг, як ніякий інший метод, дозволяє проаналізувати і порівняти продукти, підприємницькі процеси, послуги, методи, самі підприємства або середовище, що оточує підприємство. Цей метод, якщо його впровадити на підприємстві, дозволить досягти високих результатів роботи підприємства і підвищити конкурентоспроможність серед провідних підприємств. [5, с.74]

Щодо практичних аспектів застосування бенчмаркінгу, то за даними рейтингу Fortune понад 40% найбільших корпорацій світу застосовують різні види бенчмаркінгу. Вдалі приклади використання даного інструменту можна розглянути на таких корпораціях: Bank of America, American Express, Xerox, TRW, Eastman Kodak, Internal revenue service, Alcoa, AT&T, DEC, IBM, Toyota, Nasa і т.д.

У Японії, США та інших країнах програми бенчмаркінгу мають державну підтримку, тому що завдяки такому обміну досвідом виграє економіка країни в цілому. [3]

Сьогодні в Україні також впроваджується практика застосування бенчмаркінгу на державному рівні – це проект РЕОП. Проект РЕОП був розрахований на п'ять років (2010–2015 рр.), впроваджувався Конференційною радою Канади за фінансової підтримки Уряду Канади. Метою Проекту РЕОП було сприяння стійкому розвитку областей і міст України шляхом розбудови спроможності місцевої влади до планування соціально-економічного розвитку територій з використанням інструментів кількісного аналізу та прогнозування.

Комплексний аналіз соціально-економічного розвитку, на основі результатів демографічного, економічного та бюджетного прогнозування, кластерного аналізу економіки та бенчмаркінгу (порівняльного аналізу), що виконувався в рамках Проекту РЕОП, допоміг визначити обґрунтовані пріоритети та скласти реалістичні плани економічного розвитку багатьох міст та областей України, що, зрештою, сприяло підвищенню їхньої конкурентоспроможності [9].

В Україні ж найбільш популярний бенчмаркінг пов'язаний з аналізом систем компенсації та рівня оплати праці. В той час як за кордоном актуальним є як бенчмаркінг операційних процесів, так і окремих операційних ділянок. Головна особливість бенчмаркінгу заключається в тому, що необхідно ділитися інформацією. Це так званий пул опитаних фірм, або, як варіант, можна домовитися з конкурентами про розкриття інформації напрому. При такій взаємодії існує визначена етика, тобто, не комільфо задавати питання, які будуть розкривати технологічні секрети та ноу-хау компанії.[4]

Бенчмаркінг не рідко називають конкурентною розвідкою і в цьому є доля правді. Адже ми дійсно намагаємося дізнатися, що ж такого робить наш конкурент, щоб вивчити наші слабкі та сильні сторони, проаналізувати їх та зіграти на контрасті, щоб досягнути успіху.

На **рисунку 2** наведено головні чинники, що гальмують та загрожують активному впровадженню бенчмаркінгу в Україні.

Але необхідно виділити й переваги застосування методу бенчмаркінгу - це створення конкурентної переваги для підприємств за рахунок використання постулату «не копіюйте, а створюйте».

Досить влучним є вислів Алана Коена «Треба мати велику мужність, щоб відмовитися від добре знайомого і того, що здається надійним, заради прагнення освоїти нове. Але ви не зможете застрахувати себе тим, що перестало бути надійним. Набагато корисніше проявити здоровий авантюризм та підприємливість, оскільки життя в русі, а сила — в здатності до змін» [10].

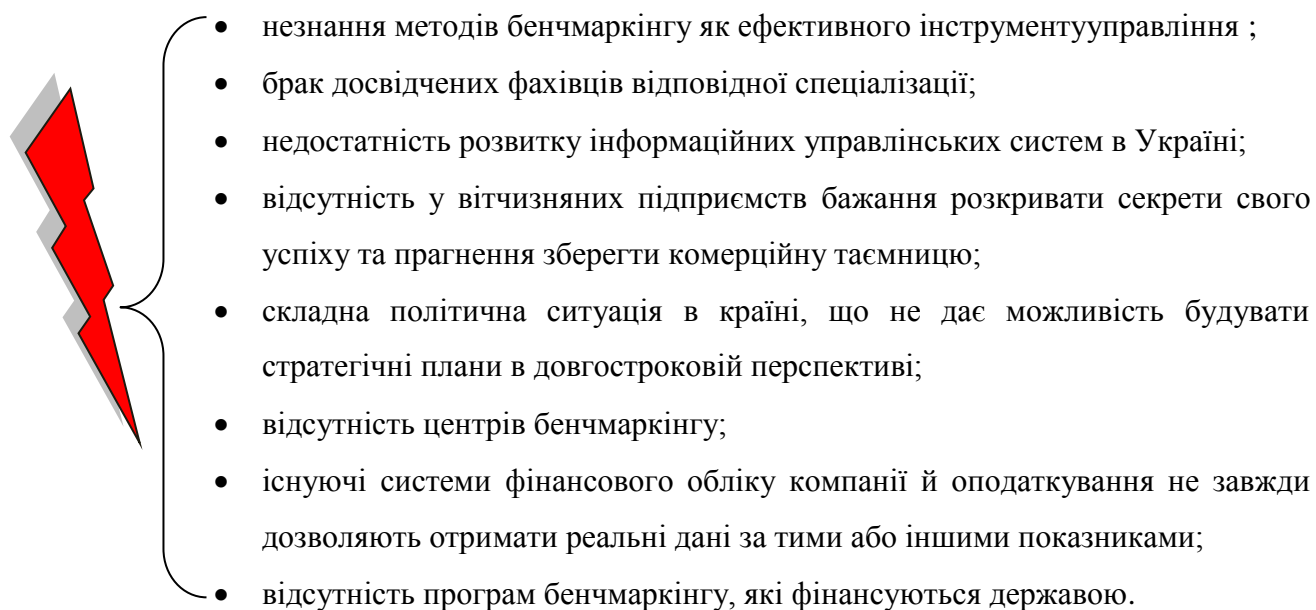


Рис.2. Загрози та чинники, що гальмують розвиток бенчмаркінгу в Україні

Джерело: структуровано автором на основі [6].

Висновки. Головна причина настільки рідкого використання бенчмаркінгу це те, що більшість вітчизняних компаній проходять період становлення. Його впровадження залежить від того, наскільки те чи інше підприємство структуроване, наскільки ним стандартизовані власні бізнес-процеси, і темпи розвитку ринку стимулюють його до бенчмаркінгу. Коли визначений рівень розвитку підприємства досягнуто, перед ним встають питання вивчення і використання кращого досвіду, накопиченого в цій сфері діяльності. А бенчмаркінг - це економія часу та ресурсів.

Тож в першу чергу, перед тим як взятися за вивчення конкурентів, необхідно чітко визначитися зі своїми власними цілями і розумінням того, що ми досліджуємо і які наші показники. Проаналізувавши зібрану інформацію необхідно розробити план змін і тільки тоді бенчмаркінг принесе бажаний результат.

Список літератури:

1. Андерсен, Б. Бизнеспроцессы. Инструменты совершенствования; пер. с англ. [Текст] / Б.Андерсен. – М.: Стандарты и качество, 2003. – 272 с.

2. Вишинська Т. Л. Бенчмаркінг в Україні: психологічний аспект / Т. Л. Вишинська // Практик-продаж. – Хмельницький: Хмельницький національний університет. – 2005. – № 3. – С. 43-46.

3. Гевко О., Кутрань В. Бенчмаркінг: проблеми та перспективи в Україні // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, ак. НАН України Чумаченка М.Г. — ТНТУ ім. І. Пулюя. — Тернопіль, 21.03.2012 р.

4. Калюк О. «Зачем бизнесу бенчмаркинг» електронний ресурс <http://delo.ua/opinions/zachem-biznesu-benchmarking-214928/>

5. Механік О. В. Бенчмаркінг для України: пошук власної стратегії інноваційного розвитку України [Текст] / О. В. Механік // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. - № 3 : Інноваційно – інвестиційна політика. – С. 74.

6. Мірошніченко П. Бенчмаркінг — основний інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній // ПЕРСОНАЛ /Журнал інтелектуальної еліти. Електронний документ, режим доступу www.econom.univ.kiev.ua/konf_KNE13/docs/conf_materials.pdf

7. Прогнозування розвитку територій. Бенчмаркінг : навч. посіб. з компакт-диском / К. М. Бліщук, А. С. Крупник, Є. Г. Матвійшин та ін. ; за заг. наук. ред. М. М. Білинської. — К. : К.І.С., 2014. — 120 с.

8. Прус Л.Р. Типологія бенчмаркінгу //Сталий розвиток економіки/ Всеукраїнський науково-виробничий журнал, 2010 р. № 1-05/8

9. Електронний ресурс <http://www.ebed.org.ua/uk/zagalna-informaciya>

10. Тюшевська Ольга, спеціальний кореспондент журналу Business Excellence «В развитии команды главное — способность к изменениям» електронний ресурс http://be-mag.ru/business-cases/check-for-yourself/BK_zavoda_PROMIS.php

А.С. Кос

Проблемы и перспективы развития бенчмаркинга в Украине

Рассмотрена и раскрыта сущность понятия бенчмаркинг как одного из эффективных инструментов по совершенствованию эффективности отечественных бизнес-процессов. Рассмотрены основные определения понятия бенчмаркинг. Исследованы имеющиеся основные проблемы, связанные с методологией проведения бенчмаркинга отечественными предпринимателями. Освещены некоторые психологические и этические аспекты применения бенчмаркинга, которые непосредственно тормозят его развитие в Украине, несмотря на многолетний успешный опыт других высокоразвитых стран в данном методе управления. Исследования показали, что существует определенная неоднозначность взглядов по определению самого понятия бенчмаркинга, а также его сущности, состава и места в управлении предприятием.

Ключевые слова: *бенчмаркинг, предприятие, фирма, управление, конкурентоспособность, деятельность, принципы, сравнение, перспективы развития бенчмаркинга, бизнес-процессы, эффективность деятельности предприятий, метод, концепция.*

A.S. Kos

Problems and prospects of development of benchmarking in Ukraine

The essence and concept of benchmarking as one of the most effective tools for improving the efficiency of domestic business processes in this article. The basic definition of benchmarking. Studied the existing main problems with methodology for benchmarking national entrepreneurs. Deals with some of the psychological and ethical aspects of benchmarking that directly inhibit its development in Ukraine, despite the many years of successful experience of other developed countries in this management. Studies have shown that there is some ambiguity views on the definition of the concept of benchmarking and its nature, structure and place in enterprise management.

Keywords: *benchmarking, business, company management, competitiveness, activity, principles of comparison, the outlook for benchmarking, business processes, efficiency of enterprises, method, concept.*

УДК 620.197

В.І. Савенко

канд. техн. наук, д-р техн. наук(РФ) доц.,

Л.М. Висоцька

директор,

Л.О. Шейніч

д-р техн. наук,

В.В. Ключова

асистент,

М.І. Назаренко

канд. техн. наук

ПОДОВЖЕННЯ ТЕРМІНІВ СЛУЖБИ І ЗАХИСТ ВІД КОРОЗІЇ МЕТАЛЕВИХ КОНСТРУКЦІЙ ТА ВИРОБІВ ЕФЕКТИВНИМИ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИМИ ЗАСОБАМИ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ

Корозія приводить до мільярдних збитків щорічно, які полягають у виведенні з ладу виробів і машин з металу, а також у витратах по захисту і відновленню металевих виробів. Дослідження процесів корозії дає основу стверджувати, що надійний захист від корозії – це в першу чергу правильна підготовка поверхні і тільки потім якісний шар герметиків, фарб або інших типів покриття. Екологічно чиста речовина рослинного походження, запатентована і випробувана, з назвою «КОНТРАСТ (CONTRRUST)» є ефективним засобом блокування джерел корозії (іржавіння) і підготовки поверхонь до захисних покриттів.

Ключові слова: КОНТРАСТ, корозія, іржа, захисні покриття, екологія.

Вступ. Величезні затрати на заміну чи відновлення вражених корозією металевих частин, деталей машин і устаткування, конструкцій будівель і виробів широкого вжитку спонукають людство до пошуків засобів захисту від корозії. Дослідження і досвід багаторічної експлуатації металевих виробів